



Por uma comunicação mais cidadã: contribuições e reflexões

PERUZZO, Cecilia M. Krohling (org.). *Vozes cidadãs*: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo: Angellara 2004.

Um modelo de comunicação que se considera libertador, participativo, conscientizador e problematizante é objeto da recém-publicada coletânea *Vozes cidadãs*, organizada por Cecilia M. Krohling Peruzzo, professora da Universidade Metodista de São Paulo e coordenadora do grupo de trabalho Mídia Comunitária e Cidadania da Alaic (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación).

A obra traz dezoito artigos sobre a temática – sendo cinco em espanhol –, que já foram apresentados nos grupos de trabalhos (GT's) da associação. Os textos abordam os aspectos teóricos e analisam experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. Trata-se de um livro que tem por objetivo estimular a pesquisa e os debates “para uma maior consciência do papel dos estudiosos da comunicação popular a favor da cidadania ativa, onde a participação política do cidadão é a sua marca diferenciadora”, como afirma a ex-presidente da Alaic, Margarida M. Krohling Kunsch (p. 11), na apresentação do livro.

Distante da concepção de que o emissor fala e o receptor escuta, “a comunicação popular (...) tem que gerar condições para que se dê a oportunidade a todos de serem alternadamente emissores e receptores” (p. 164), como afirma Ana María PEPINO Barale, da Universidad Autónoma Metropolitana (México).

Vozes cidadãs está dividida em quatro partes. A primeira, e

a mais conceitual de todas, fala da comunicação e pesquisa no processo de desenvolvimento da cidadania e traz importantes contribuições no sentido de explicitar aspectos teóricos e metodológicos em que se baseiam as investigações acerca dos objetos da comunicação popular, alternativa ou sindical. Neste aspecto, merece destaque o artigo de Eduardo A. Vizer, da Universidad de Buenos Aires, que esmiúça a metodologia da pesquisa-ação, “uma prática que requer a reflexão sobre: (a) a própria natureza da ação, como ela é entendida por seus autores; (b) as consequências da ação; e (c) sobre o contexto em que ela se realiza” (p. 90 e 91).

Questões que envolvem as conexões entre comunicação e desenvolvimento podem ser encontradas no artigo de Gustavo Aprea, da Universidad Nacional de General Sarmiento (Argentina). Ele traz uma visão histórica das diversas concepções de desenvolvimento – do desenvolvimentismo até a utilização do potencial da comunicação para o desenvolvimento local e ampliação da cidadania, passando pela necessária quebra do fluxo desigual de informações que foi identificado no relatório McBride.

Já Denise Cogo, da Unisinos (Novo Hamburgo, RS), busca mapear as interfaces entre mídias, identidades culturais e cidadania e trata da polissemia que os termos básicos destes estudos – comunitário e alternativo – adquiriram, enquanto Raquel Paiva, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, introduz o conceito de mídia gerativa – “conjunto de ações norteadas pela preocupação com o bem comum, especialmente nos momentos em que se detecta a falência dos projetos políticos voltados para as formas do Estado liberal clássico” (p. 57) – e analisa suas estratégias de comunicação.

Por fim as organizações da sociedade civil em tempos de globalização são alvos do trabalho de César Luis B. Calonio, da ONG Visão Mundial. Diz ele: “A globalização afetou (...) o trabalho das organizações não-governamentais (...). O sistema em voga influenciou sobremaneira o trabalho e os discursos das agora chamadas organizações da sociedade civil, que em sua maioria são cooptadas pelo quase uníssono discurso vigente,

que parece dizer: ‘não há alternativas ao capitalismo’. Dentro da falta de alternativas, trabalha-se o possível: a inserção ou a crítica desta inserção no sistema” (p. 78).

Para Calonio, as formas de financiamentos dos projetos de ONG comprometem a ousadia de seus projetos. Ele ressalta que a lógica das empresas ao apoiar ações de ONG’s é agregar valor a seus produtos e serviços, mas faz uma importante ressalva: “entre comprar um produto mais barato e de qualidade e outro, desembolsando mais só para ajudar uma comunidade, é óbvia a opção da maioria dos consumidores.” (p. 81) A luta pela sobrevivência mexe também com os sindicatos que utilizam recursos como bingos e sorteios de carros para manter seus filiados.

A questão dos sindicatos e suas estratégias midiáticas é abordada na última parte do livro, onde há três artigos que abordam: (1) a ineficiência da comunicação sindical, uma vez que os trabalhadores consideram que os jornais produzidos pelas entidades refletem apenas as posições da diretoria, como fica claro na pesquisa de Bruno Fuser, da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (SP); (2) o descompasso entre discurso e prática, evidenciado por Toni André Scharlau Vieira, da Universidade Luterana do Brasil (São Leopoldo, RS); e uma comparação entre o envolvimento dos trabalhadores com novelas e com os produtos de comunicação do sindicato, estudo de Maria Luiza Cardinale Baptista, da Unisinos (Novo Hamburgo, RS).

Embasada no relato de experiências com rádio e tv comunitária, a segunda parte traz cinco artigos que abordam a questão da participação popular em mídias audiovisuais. O enfoque em experiências de rádio e televisão é importante tendo em vista os altos índices de iletramento ou analfabetismo funcional na América Latina.

O estudo de Cicília M. Krohling Peruzzo analisa a inserção das pessoas em tv’s comunitárias de Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo. Para a pesquisadora, a participação pode se dar nas mensagens (nível mais elementar, no qual a pessoa dá entrevista, pede música etc.); na produção de mensagens, materiais e programas (consiste na elaboração e edição dos conteúdos a serem transmitidos); no planejamento (envolvimento

no estabelecimento da política dos meios, na elaboração dos planos de formatos de veículos e de programas, na elaboração dos objetivos e princípios de gestão etc.); e na gestão (participação no processo de administração e controle de uma mídia).

As questões acerca da consolidação da mídia comunitária ficam a cargo de José Miguel Pereira G., da Universidad Javeriana de Bogotá (Colômbia). Ana Maria Pepino Barale, da Universidad Autónoma Metropolitana (México), por sua vez, estuda a participação de indígenas mexicanas em emissoras do Instituto Nacional Indigenista do México, enquanto José Manuel Ramos Rodrigues, da Universidad de Las Américas (México), fala do uso do rádio como meio de comunicação interpessoal, tendo em vista que é usado para transmitir recados em emissoras indígenas; e Esmeralda Villegas Uribe, da Pontificia Universidad Javeriana (Colômbia), aborda o uso de alto-falantes.

Impacto que as novas tecnologias tiveram na ampliação dos novos emissores de conteúdos em mídias comunitárias está registrado na terceira parte de *Vozes cidadãs*. Entre os cinco textos que a compõem, o de Giuseppa Spenillo, da Universidade Federal Rural de Pernambuco, e de Adilson Cabral, da Universidade Estácio de Sá, merecem destaque. Giuseppa discute a utilização de diversos tipos de mídia de alcances diferentes para a consolidação da democracia, enquanto Adilson reflete sobre as situações que as novas tecnologias têm ajudado a criar. Relatos e análises de experiências neste novo cenário estão nos outros três textos dessa parte. A jornalista Ana Cristina Suzin reflete sobre o uso de jornal mural e a formação de comunicadores da comunidade pela Pastoral da Infância; Massimo Di Felice aborda a utilização da internet pelos zapatistas; e Nilton José dos Reis da Rocha, da Universidade Federal de Goiás, estuda um processo de comunicação de crianças e jovens em uma experiência que envolve rádio, teatro e vídeo.

O resgate de experiências e a explicitação de procedimentos teórico-metodológicos de pesquisas sobre comunicação popular apresentado no livro é de fundamental importância para a consolidação da área como um dos campos de estudos da comunicação. Ainda é pequeno o número de obras que versam sobre

a temática, embora as experiências sejam muitas.

Não se pode esquecer que a mídia tem potencial para dinamizar processos participativos, organizativos e de desenvolvimento local e há que se considerar que, em decorrência do desenvolvimento tecnológico e da redemocratização dos países da América Latina, um novo contexto foi estabelecido, que tem ajudado a configurar novas manifestações comunicacionais, como aponta Peruzzo (p. 209). Esmeralda Uribe diz: “As práticas de comunicação popular, comunitária e local não surgem de maneira isolada, mas integradas com uma realidade específica, demarcada pelo contexto social, político, econômico e cultural; o que as configura de uma maneira e não de outra” (p. 129).

Refletir sobre este novo modelo de comunicação, baseado no diálogo, nas relações com a comunidade, na horizontalidade, na via dupla de comunicação, na participação e na produção de bens simbólicos a serviço da cidadania é essencial não só para evolução da comunicação popular, mas também para pôr em xeque o modelo hegemônico.

Maria Rita T. Afonso

Graduada em jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina (PR),
mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social
da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).